



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ENTRE RÍOS
FACULTAD DE INGENIERÍA
CENTRO DE MEDIOS
BIBLIOTECA

№ 1632

ÍNDICE

PREFACIO	11
I. LA NECESIDAD DE UN NUEVO PARADIGMA.....	22
Explicaciones contradictorias, 25. — Formular la pregunta procedente, 28. — Razones fundamentales clásicas del éxito sectorial, 34. — La necesidad de un nuevo paradigma, 36. — Hacia una nueva teoría de la ventaja competitiva nacional, 44. — El estudio, 48. — Un concepto más amplio de ventaja competitiva, 57.	
Primera parte LOS FUNDAMENTOS	
II. LA VENTAJA COMPETITIVA DE LAS EMPRESAS EN SECTORES MUNDIALES	63
Estrategia competitiva, 63. — Cómo competir internacionalmente, 88. — El papel de las circunstancias nacionales en el éxito competitivo, 106.	
III. DETERMINANTES DE LA VENTAJA COMPETITIVA NACIONAL	108
Determinantes de la ventaja nacional, 110. — Condiciones de los factores, 113. — Condiciones de la demanda, 129. — Sectores conexos y auxiliares, 147. — Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa, 157. — El papel de la casualidad, 178. — El papel del Gobierno, 181. — Una panorámica de los determinantes, 183.	

- IV. LA DINÁMICA DE LA VENTAJA NACIONAL 186
 Relaciones entre los determinantes, 187. — Los determinantes de un sistema, 202. — El agrupamiento de sectores competitivos, 207. — El papel de la concentración geográfica, 214. — Génesis y evolución de un sector competitivo, 220. — La pérdida de la ventaja nacional, 228. — Una perspectiva del diamante, 238.

Segunda parte
 LOS SECTORES

- V. CUATRO ESTUDIOS DE LA VENTAJA COMPETITIVA NACIONAL 238
 El sector alemán de las máquinas de imprimir, 244. — El sector norteamericano de equipos para vigilancia intensiva de pacientes, 263. — El sector italiano de azulejos cerámicos, 283. — El sector japonés de la robótica, 302.

- VI. LA VENTAJA COMPETITIVA NACIONAL EN EL SECTOR DE SERVICIOS 320
 El creciente papel de los servicios en las economías nacionales, 322. — La competencia internacional en los servicios, 331. — La relación entre los servicios y la fabricación, 337. — Ventaja competitiva nacional en servicios, 339. — Casos prácticos en el desarrollo de sectores de servicios competitivos, 357.

Tercera parte
 LAS NACIONES

- VII. MODELOS DE VENTAJA COMPETITIVA NACIONAL: LOS TEMPRANOS GANADORES DE LA POSGUERRA 367
 El dominio norteamericano en la posguerra, 375. — La estable Suiza, 403. — Las opciones de Suecia, 430. — El renovado dinamismo germano, 458.
- VIII. NACIONES QUE FLORECIERON EN LOS DECENIOS DE 1970 Y 1980 491
 El auge de Japón, 492. — La renaciente Italia, 537. — La esplendente Corea, 574.

IX. LA CAMBIANTE VENTAJA NACIONAL 604
 El descenso de Gran Bretaña, 605. — Contracorrientes en Norteamérica, 634. — Una visión retrospectiva del desarrollo en la posguerra, 666.

X. EL DESARROLLO COMPETITIVO DE LAS ECONOMÍAS NACIONALES 674
 Desarrollo económico, 675. — Fases del desarrollo competitivo, 676. — Las etapas y las economías de los países después de la guerra, 701. — Una visión retrospectiva del progreso económico en la posguerra, 711.

Cuarta parte
 IMPLICACIONES

XI. LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL 715
 La ventaja competitiva en la competencia internacional, 716. — El contexto para la ventaja competitiva, 723. — Cómo mejorar el entorno competitivo nacional, 733. — Dónde y cómo competir, 742. — Utilización de las ventajas selectivas de otros países, 751. — Dónde situar la sede central, 760. — El papel del liderazgo, 762.

XII. POLÍTICA GUBERNAMENTAL 763
 Premisas de política gubernativa hacia la industria, 766. — Política gubernamental y ventaja nacional, 774. — Efectos del Gobierno en las condiciones de los factores, 775. — Efectos del Gobierno en las condiciones de la demanda, 797. — Efectos de la actuación del Gobierno sobre los sectores conexos y de apoyo, 810. — Efecto de la actuación del Gobierno en la estrategia, estructura y rivalidad empresariales, 814. — La política gubernamental y las fases del desarrollo competitivo, 833. — Apoyo y desarrollo selectivos, 835. — Política gubernamental en los países en vías de desarrollo, 838. — El papel del Gobierno, 845.

XIII. LÍNEAS DE ACTUACIÓN NACIONAL 848
 La línea de actuación para Corea, 850. — La línea de actuación para Italia, 857. — La línea de actuación para Suecia, 868. — La línea de actuación para Japón, 873. — La línea de actuación para Suiza, 883. — La línea de

actuación para Alemania, 887. — La línea de actuación para el Reino Unido, 893. — La línea de actuación para Estados Unidos, 898. — Una visión retrospectiva de las líneas de actuación nacionales, 911.

EPÍLOGO	913
APÉNDICE A. METODOLOGÍA PARA PREPARAR LOS GRÁFICOS DE AGRUPAMIENTOS	919
APÉNDICE B. DATOS COMPLEMENTARIOS SOBRE LAS PAUTAS COMERCIALES NACIONALES	927
NOTAS	955
REFERENCIAS	1009
ÍNDICE ONOMÁSTICO Y DE MATERIAS	1027